



E-handelsindikatorn November 2022

SH Svensk
Handel

”Vi ser tydligt hur konsumenterna håller hårdare i plånboken”

Per Ljungberg, innovationschef Svensk Handel

Omsättning november 2022 jämfört med november 2021

0%

E-handel i Sverige

1%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-november 2022 jämfört med samma period 2021

-10%

E-handel i Sverige

-13%

E-handel i Sverige och från utlandet

E-handelns omsättning oförändrad jämfört med fjolåret

Svensk Handels E-handelsindikator för november månad visar att e-handelns omsättning, mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer, var oförändrad jämfört med samma månad föregående år. När e-handeln från utländska aktörer inkluderas var utvecklingen svagt positiv, 1 procent. Andelen som e-handlade var något färre, 72 procent i november i år jämfört med 74 procent i november 2021. Det genomsnittliga snittköpet ökade dock något jämfört med fjolåret och kompenserade för den minskade andelen e-handlare.

Sett över hela perioden januari till och med november har e-handeln i Sverige minskat med 10 procent. När även e-handeln från utlandet inkluderas är minskningen 13 procent.

Oförändrad novemberomsättning i e-handeln jämfört med förra året



Omsättningen i november var den högsta hittills i år och förutom september den enda månaden som, om än enbart marginellt, överträffat 2021 års omsättningsnivå. Hemelektronik samt sport- och fritidsprodukter var två varukategorier som återhämtade sig efter ett tapp i oktober.

Omsättningen i november var i nivå med samma månad 2021, och 54 procent högre än oktober. Med tanke på den höga inflationen bör det också understrykas att alla omsättningssiffror är i löpande priser.

Utveckling per kvartal 2022 jämfört med 2021

-13%

Kvartal 1

-15%

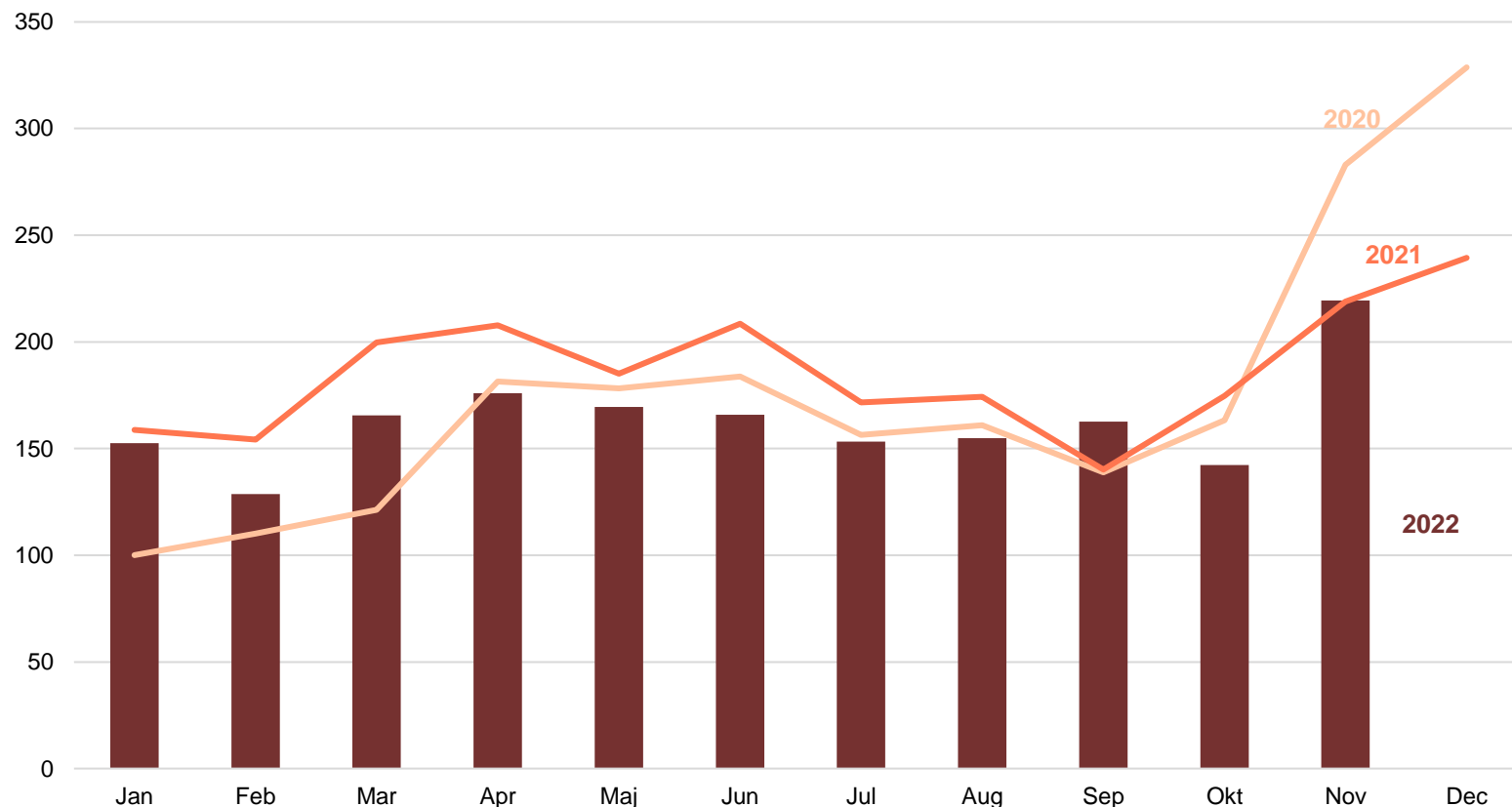
Kvartal 2

-3%

Kvartal 3

Indexerad total omsättning (privatkonsumenter 18-89 år) i svensk e-handel.

Index Januari 2020 = 100.



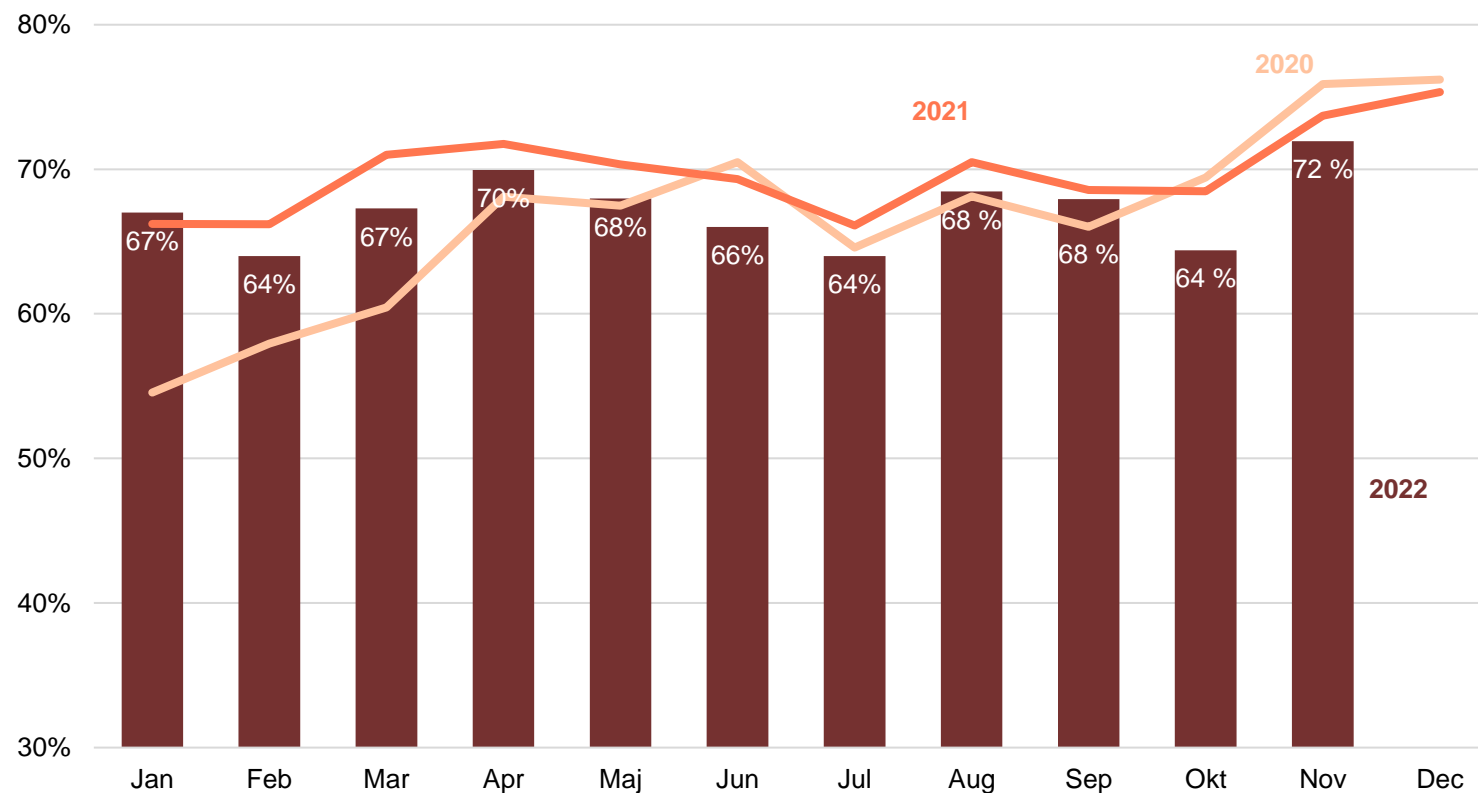
Färre e-handlade i november än förra året



72 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i november 2022. Det var 2 procentenheter färre än fjolårets novembermånad men 8 procentenheter fler än i oktober i år. November var en starkare e-handelsmånad än oktober under både 2020 och 2021 men i år var ökningen ännu tydligare eftersom oktober var en förhållandevis svag e-handelsmånad.

November är av tradition en stark e-handelsmånad. Black Friday och Black Week infaller i november och brukar anges som startskottet för julhandeln. Sannolikt förklarar reaperioden för stora delar av ökningen i andelen som e-handlar i november jämfört med tidigare under året.

Andel e-handelskonsumenter per månad, 18-89 år.



Det genomsnittliga köpbeloppet ökade något till följd av prisökningarna



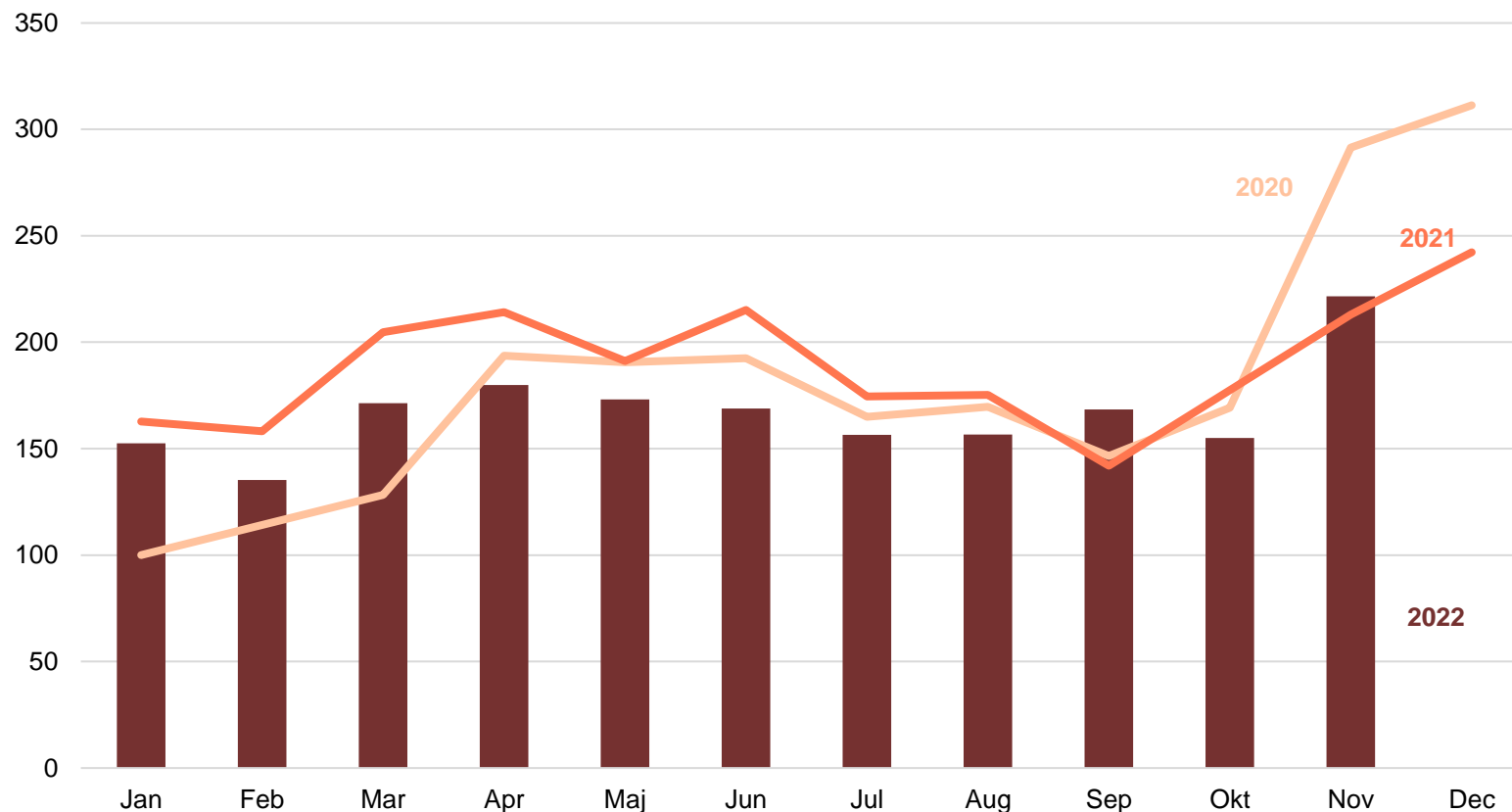
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument ökade med 4 procent i november jämfört med samma månad 2021. Likt 2020 och 2021 var det genomsnittliga köpbeloppet tydligt högre under november jämfört med oktober.

Förutom september är november den enda månaden hittills i år då det genomsnittliga köpbeloppet överstigit jämförelsemånaden 2021. Ökningen förklaras dock inte av någon ökad e-handelsförsäljning i volym. Med tanke på prisökningarna som handlarnas tvingats till på grund av ökade inköpspriser kan man sluta sig till att volymförsäljningen på nätet backat relativt kraftigt.

Diagrammet visar hur de genomsnittliga köpbeloppen per e-handlande konsument har utvecklats sedan januari 2020 (Index där köpbeloppet i januari 2020 har värdet 100).

Indexerade genomsnittliga köpbelopp per konsument (18-89 år) i svensk e-handel.

Index Januari 2020 = 100.



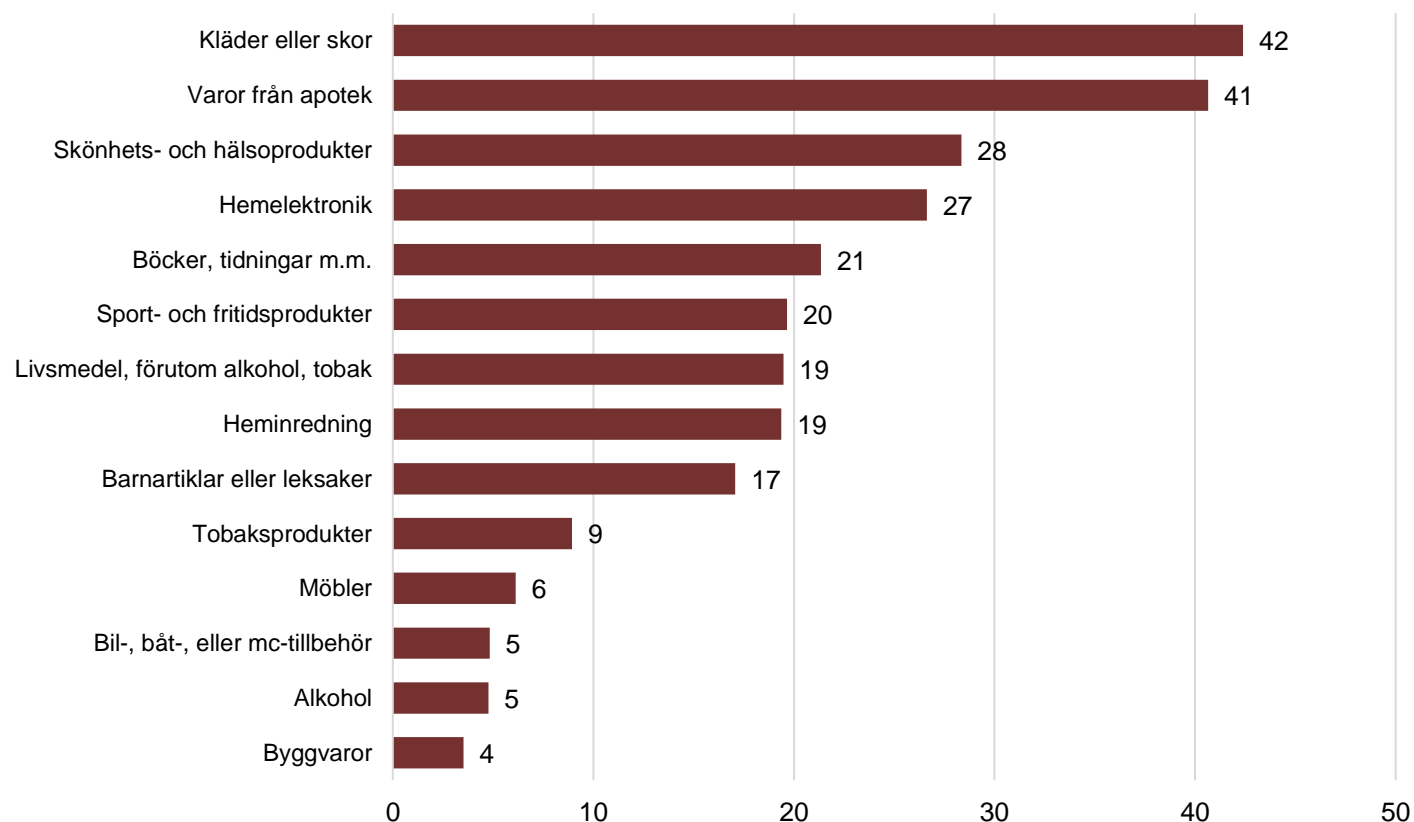
Kläder och skor samt varor från apotek populärast att e-handla i november



42 procent av e-handelskonsumenterna köpte kläder och skor från svensk hemsida i november. Varukategorin gick under november om varor från apotek, som generellt varit den vanligaste kategorin att e-handla inom sedan inledningen av pandemin. Näst kläder och skor och varor från apotek var skönhets- och hälsoprodukter respektive hemelektronik de produkter som handlades av flest e-handelskonsumenter.

Andelen som handlar hemelektronik, heminredning, leksaker ökar mest i november jämfört med en genomsnittlig månad under året.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, november 2022, procent



Bas: Konsumenter 18-89 år som har e-handlat.

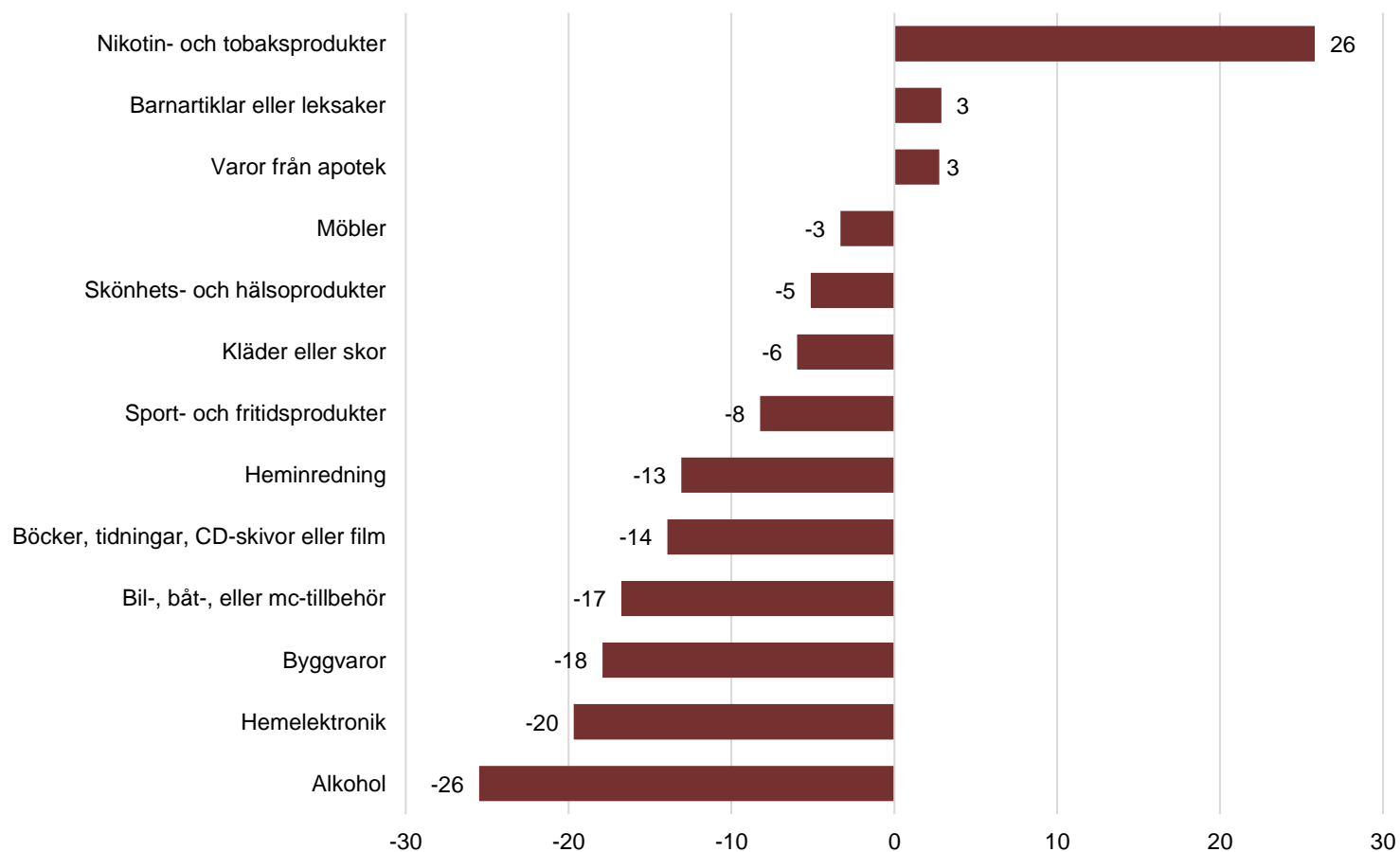
Omsättningen hittills under året backar i flertalet varukategorier



Trots att septemberutvecklingen var oväntat stark har omsättningen i e-handeln, sett över hela perioden januari till och med november i år, minskat jämfört med fjolåret i flertalet varukategorier. Undantagen är nikotin- och tobaksprodukter, barnartiklar och leksaker samt varor från apotek. Särskilt den förstnämnda kategorin har utvecklats starkt och ökar inte bara i kronor utan även tydligt i volym.

Hittills i år backar e-handeln av alkohol mest, följt av e-handeln av hemelektronik och byggvaror.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel januari-november 2022 jämfört med samma period 2021, procent



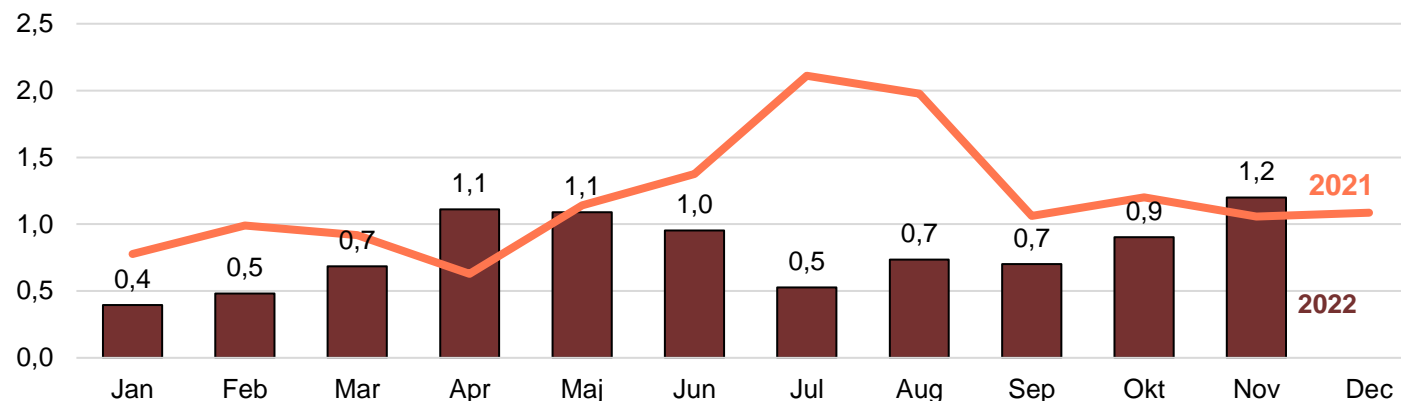
E-handeln från utlandet i nivå med fjolårets under november



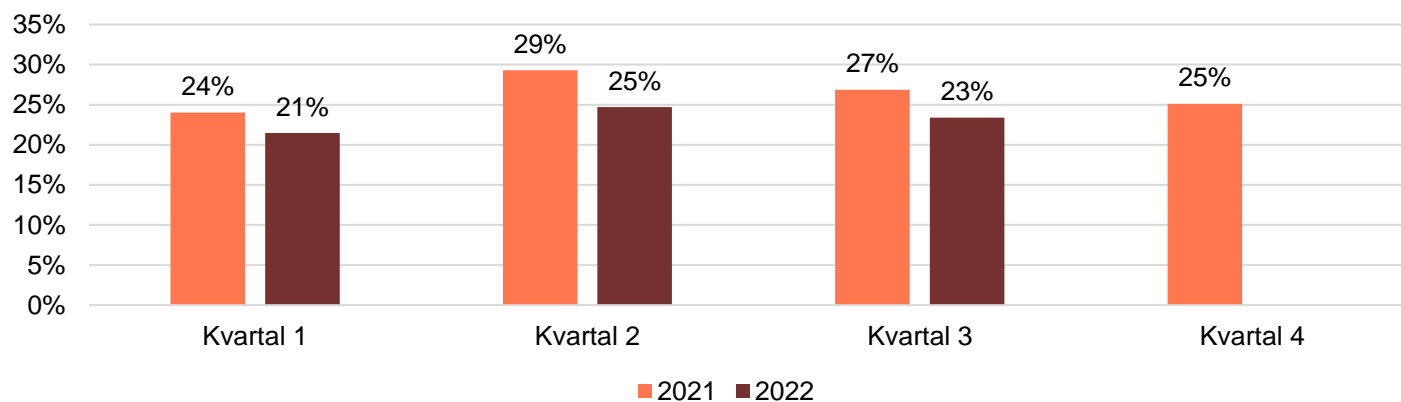
E-handeln från utlandet uppgick till 1,2 miljarder kronor i november vilket är något högre än fjolårets 1,1 miljarder samma månad. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de elva första månaderna 2022 uppgick till 8,8 miljarder kronor, en minskning med 4,4 miljarder kronor jämfört med de 13,2 miljarder kronor som uppmättes under samma period 2021.

Under tredje kvartalet e-handlade 23 procent av e-handelskonsumenterna från utlandet, vilket är 4 procentenheter lägre än motsvarande andel samma kvartal 2021. Minskningar av ungefär motsvarande storlek observerades även under första och andra kvartalet i år.

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor



Andel e-handelskonsumenter som har e-handlat från utlandet per kvartal 2021 och 2022



Genomförande

Svensk Handels E-handelsindikator är en löpande kartläggning av konsumenters e-handelskonsumtion i Sverige och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datinsamlingen görs första veckan varje månad och mäter e-handel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varan ska ha levererats till bostad eller utlämningsställe. Resebokningar och streamingtjänster är därmed exempel på vad som inte ingår i denna undersökning. Varje månad genomförs minst 1 800 intervjuer, sedan augusti 2021 minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala e-handelsomsättningen i Sverige och e-handelsomsättningen av varor köpta från utlandet.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18-89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av e-handelsomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total e-handelsomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korrigerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man e-handlar eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel e-handelskonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas per varukategori och på ett sätt som inte missar säsongvariationer.

Avseende e-handeln i november 2022 genomfördes 2053 intervjuer den 1-7 december vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 57 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Till följd av metodproblem i livsmedelskategorin under perioden september till november 2022 har denna kategori under samma period skattats med hjälp av månadsutvecklingen för total e-handelsförsäljning i enlighet med Dagligvaruindex som tas fram av Svensk Dagligvaruhandel. Värdena i september- och oktoberrapporten har därför reviderats något.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

**För mer information
kontakta Svensk Handels
pressjour 010 47 18 650**

svenskhandel.se

**SH Svensk
Handel**